

Canal TI

La revista del negocio TI del Perú

DISTRIBUCIÓN SEMANAL GRATUITA
Nº980
LUNES 16
FEBRERO
2026

Epson presenta la SureColor V1070

Imprime directamente sobre una amplia gama
de materiales: madera, acrílico y artículos
promocionales



Cam de

Con el regreso a clases cada vez más cerca, las familias imprimen más tareas, guías y materiales educativos desde casa. En ese contexto, HP refuerza su apuesta por la impresión sin interrupciones con su línea HP Smart Tank, acompañada de una campaña local junto a Yape.

La propuesta de HP para el Back to School 2026 combina soluciones de impresión de alto volumen y bajo costo por página con un portafolio de laptops diseñadas para estudiar, crear y entretenerse desde cualquier lugar, respondiendo a las distintas dinámicas del aprendizaje actual.

Impresión sin interrupciones

Durante el año escolar, la impresión sigue siendo una herramienta clave en el hogar, tanto para estudiantes como para familias. En ese escenario, HP destaca su línea HP Smart Tank, diseñada para imprimir gran-

des volúmenes con mayor continuidad y menos recambios.

La HP Smart Tank 720 es una impresora multifuncional a color que incluye tinta original HP en la caja, suficiente para imprimir por hasta tres años. Integra funciones de impresión, escaneo y copiado, impresión dúplex automática, conectividad Wi-Fi y gestión desde la HP Smart App, facilitando la impresión diaria desde el celular o la laptop.

Por su parte, la HP Smart Tank 580 ofrece una alternativa práctica y económica para el hogar, con tanque de tinta de gran volumen, funciones de impresión, escaneo y copiado, y conectividad inalámbrica, orientada al ahorro y al uso cotidiano durante el año escolar.

Para usuarios con mayores necesidades de productividad, la HP Smart Tank 790 incorpora alimentador automático de documentos

Con las impresoras Smart Tank 720 y 580y 580

Campaña Back to School de HP junto a Yape

(ADF) de 35 hojas, fax, impresión dúplex automática y conectividad wifi y ethernet, con un mayor volumen recomendado de impresión mensual, convirtiéndose en una solución robusta para hogares exigentes y oficinas en casa.

Campaña “HP te yapea el cole”

Como parte de su propuesta para el regreso a clases, HP presenta la campaña “HP te yapea el cole”, vigente del 2 de febrero al 30 de abril de 2026, con cobertura en Lima y provincias.

La iniciativa acompaña la compra de productos HP durante la temporada escolar, integrando beneficios a través de Yape. Los ganadores de la promoción se publican semanalmente en la landing oficial www.comprayganaconhp.pe, donde también se encuentran los términos y condiciones.

Laptops HP

Además de impresión, HP complementa su propuesta Back to School con un portafolio de laptops pensadas para distintos perfiles de estudiantes y necesidades académicas.

La HP Laptop 15-fc0276la está orientada a quienes requieren mayor potencia en su rutina diaria. Equipada con un procesador AMD Ryzen 7, 16 GB de memoria RAM y un almacenamiento SSD de 1 TB, permite ejecutar múltiples tareas de forma fluida, desde clases virtuales y trabajos académicos hasta edición básica de contenidos. Su pantalla Full HD de 15,6 pulgadas con diseño de microbordes y su conectividad Wi-Fi 6 facilitan largas jornadas de estudio dentro y fuera de casa.

Para el uso académico cotidiano, la HP Laptop 15-fd0055la combina un procesador Intel Core i5 de 12.ª generación, 8 GB de RAM y 512

GB de almacenamiento SSD, ofreciendo un desempeño confiable para tareas escolares, investigación, navegación y videollamadas. Su pantalla Full HD de 15,6 pulgadas con panel IPS y tratamiento antirreflejo favorece la concentración durante sesiones prolongadas, junto a la experiencia intuitiva de Windows 11 Home.

Por su parte, la HP Victus Gaming Laptop 15-fb3020la está diseñada para estudiantes que buscan un equipo de alto rendimiento. Incorpora un procesador AMD Ryzen 7, 16 GB de RAM y una tarjeta gráfica NVIDIA GeForce RTX 3050, lo que la hace apta tanto para aplicaciones exigentes como para creación de contenido y gaming. Su pantalla Full HD de 15,6 pulgadas con tasa de refresco de 144 Hz ofrece una experiencia visual más fluida, complementada por un teclado retroiluminado y amplia conectividad.

Con soluciones digitales que integran video, audio y análisis inteligente

La IA está redefiniendo las compras en las tiendas autónomas



Por Mariana Ramírez

Gerente de Marketing para Latinoamérica de
Axis Communications

El comercio minorista vive una transformación profunda. Las tiendas sin personal han pasado de ser una curiosidad tecnológica a una alternativa real que responde a nuevas formas de consumo, donde la rapidez, la autonomía y las experiencias sin contacto son clave. Este modelo redefine la compra física al combinar comodidad para el cliente y eficiencia para los negocios.

Detrás de estas tiendas autónomas hay soluciones digitales que integran video, audio y análisis inteligente para garantizar seguridad y fluidez operativa. Las cámaras conectadas permiten supervisar accesos, pasillos y zonas de pago, ofreciendo control permanente sin intervención humana constante. Así, los comercios pueden operar 24/7 y responder en tiempo real ante cualquier situación.

La inteligencia artificial juega un papel central en esta evolución del retail. Gracias al aprendizaje automático, los sistemas pueden detectar comportamientos inusuales, prevenir robos y alertar de riesgos sin necesidad de vigilancia continua. Incluso es posible interactuar con los clientes mediante mensajes de audio, brindando orientación o advertencias cuando la situación lo requiere.

Más allá de la seguridad, la IA también mejora la experiencia de compra. Al analizar el movimiento de los consumidores, las tiendas sin personal optimizan su diseño, destacan productos populares y activan promociones personalizadas. Además, el control automatizado del inventario evita quiebres de stock y reduce desperdicios, especialmente en productos perecederos.

Mirando al futuro, el comercio minorista autónomo apunta a ser aún más inteligente. Los análisis predictivos permitirán anticipar demandas, prevenir fallas técnicas y reforzar la protección del negocio. Las tiendas sin personal no solo llegaron para quedarse, sino que se perfilan como uno de los pilares del retail moderno, impulsado por la inteligencia artificial y la innovación digital.

Con el respaldo de AWS y CENIA



Lanzan Latam-GPT, el primer modelo de lenguaje con identidad latinoamericana

En un hito sin precedentes para el ecosistema digital de la región, se presentó oficialmente Latam-GPT, el primer Gran Modelo de Lenguaje (LLM) abierto diseñado específicamente desde y para América Latina y el Caribe. El proyecto, liderado por el Centro Nacional de Inteligencia Artificial (CENIA) de Chile, marca un punto de inflexión en la búsqueda de soberanía tecnológica y relevancia cultural en la era de la IA.

A diferencia de los modelos comerciales dominantes, entrenados mayoritariamente con datos en inglés y marcos culturales ajenos, Latam-GPT ha sido construido para comprender los matices lingüísticos, históricos y políticos de nuestra región. Con una arquitectura base de Llama 3.1 (70B), el modelo fue enriquecido con un corpus regional de 300 mil millones de tokens, garantizando una precisión en español y portugués que

las soluciones importadas no logran alcanzar.

El evento de lanzamiento contó con la presencia del presidente de Chile, Gabriel Boric, quien destacó que la IA no debe verse como una amenaza, sino como una oportunidad para que el lenguaje regional tenga una expresión propia en el entorno digital.

Colaboración estratégica y eficiencia técnica

El desarrollo de Latam-GPT es fruto de una gobernanza público-privada inédita. Amazon Web Services (AWS) desempeñó un rol crítico al aportar infraestructura de nube, logrando optimizar el entrenamiento del modelo y reduciendo el tiempo de ejecución en un 64% (de 25 a solo 9 días).

Por su parte, el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF) y el Data Observatory subrayaron que

esta herramienta es un "bien público" orientado a democratizar el acceso tecnológico. Al ser de código abierto, permite que startups, gobiernos y universidades desarrollen aplicaciones transparentes y trazables.

Impacto en el canal y la industria

Para el sector TI regional, Latam-GPT representa una plataforma base para crear soluciones en sectores estratégicos como educación, salud y gestión pública. Álvaro Soto, director de CENIA, enfatizó que la meta es posicionar a la región como protagonista de la creación tecnológica.

Con el potencial de mejorar la productividad de hasta el 50% de la fuerza laboral latinoamericana, Latam-GPT se erige como la infraestructura digital necesaria para que el talento local construya el futuro de la tecnología con voz propia.



Eduardo Hooker, gerente Comercial del segmento industrial de Epson Perú

Epson anuncia su innovadora impresora UV de cama plana SureColor V1070, un equipo que imprime directamente sobre una superficie rígida plana o con volumen de hasta 70 mm de espesor y sobre casi cualquier tipo de material como madera, acrílico, entre otros.

Diseñada para llevar la versatilidad y la alta calidad a un público más amplio, se posiciona como una solución compacta y accesible para negocios que buscan expandir sus capacidades de personalización y producción de artículos promocionales.

La SureColor V1070 es una impresora A4 que se destaca por su capacidad de ofrecer resultados pro-

fesionales a una fracción del costo de otras impresoras UV planas comparables en el mercado. Su diseño compacto y exclusivo, que ahorra espacio, permite su integración en prácticamente cualquier entorno de trabajo, incluso instalada junto a la pared, optimizando el flujo de trabajo sin sacrificar rendimiento.

"Con la SureColor V1070, Epson amplía el acceso a la impresión UV de alta calidad", afirma Fabián Calapaqui, gerente de Producto Regional de Epson. "Hemos escuchado las necesidades de nuestros clientes y hemos desarrollado una solución que combina una baja inversión inicial con una versatilidad excepcional y una facilidad de uso inigualable. Esta impresora es ideal

para emprendedores, pequeñas empresas y creadores que buscan diferenciar sus productos con acabados vibrantes y personalizados", agregó.

Características clave de la SureColor V1070

- **Baja inversión inicial:** con un costo significativamente menor que otras impresoras UV planas de escritorio comparables, la V1070 ofrece una entrada accesible al mundo de la impresión UV.
- **Resultados de alta calidad:** equipada con tinta UltraChrome UV de 6 colores, incluyendo tinta blanca opaca y una llamativa tinta de barniz brillante.



Imprime directamente sobre una amplia gama de materiales:
madera, acrílico y artículos promocionales

Epson presenta la SureColor V1070

te/mate, la impresora produce impresiones sorprendentemente brillantes, coloridas y texturizadas con baja granulosidad y gradaciones suaves.

- Versatilidad de soportes: imprime directamente sobre una amplia gama de materiales como madera, acrílico, y artículos promocionales como llaveros, pelotas de golf y bolígrafos, abriendo un sinfín de posibilidades creativas y comerciales.
- Diseño compacto y exclusivo: su innovador diseño que ahorra espacio se adapta fácilmente a cualquier entorno, maximizando la eficiencia del espacio

de trabajo.

- Operación sencilla y fácil mantenimiento: diseñada para ser intuitiva, la V1070 permite a los usuarios concentrarse en la creación sin complicaciones técnicas, ya que su operación es totalmente frontal y sencilla, además cuenta con un panel de control amigable, donde se puede monitorear gráficamente el estatus de suministros y de la impresora en sí.
- Tinta de barniz: permite elegir entre acabados brillantes y mate para añadir texturas, efectos decorativos y un toque premium a las impresiones.

- Tinta blanca: ideal para lograr una alta opacidad en sustratos transparentes u oscuros, asegurando que los colores resalten con la máxima vivacidad.
- Servicio y soporte de primera clase: incluye garantía limitada y la opción de planes de servicio extendido CoverPlus para una tranquilidad total.

La SureColor V1070 está diseñada para utilizar exclusivamente paquetes de tinta originales Epson, garantizando la máxima calidad y durabilidad en cada impresión. Además, la impresora cumple con la normativa RoHS y ofrece opciones de fin de vida útil para un reciclaje responsable.



Combina datos unificados con automatizaciones avanzadas

Innovaciones en Mailchimp para potenciar el marketing de ecommerce

El 26 de febrero, Mailchimp anunció una serie de innovaciones diseñadas para impulsar el crecimiento rentable de los negocios de ecommerce. Integradas en la plataforma Intuit, estas mejoras permiten a los comercios conectar sus datos y activar campañas omnicanal, con un potencial de hasta 30 veces el retorno de inversión (ROI) para clientes de ecommerce, sin costos ni complejidad adicionales.

Para los comercios online de pequeñas y medianas empresas, conseguir clientes y mantener el crecimiento se vuelve cada vez más desafiante. Solo el 33% de los especialistas en marketing logra que sus mensajes previos al registro de los usuarios estén alineados, lo que dificulta medir qué acciones generan pedidos y dónde se pierden ingresos. Sin una visión unificada de los datos, los comerciantes carecen de claridad sobre la atribución de resultados y el ROI.

El email sigue siendo un motor clave de ingresos para el 69% de los especialistas, pero maximizar su impacto requiere datos integrados y automatización, lo que permite enfocar la inversión en lo que realmente funciona y lograr un crecimiento tangible.

“Los especialistas en marketing de ecommerce deben demostrar cómo cada campaña contribuye a los ingresos”, afirmó Diana Williams, vicepresidenta de Producto de Intuit Mailchimp. “Con esta actualización, los clientes de Mailchimp contarán con un 26% más de disparado-

res de ecommerce, lo que integra datos avanzados, automatización y analítica en una sola plataforma y facilita la ejecución de campañas rápidas y sofisticadas, mostrando de manera precisa su impacto en el ROI”.

Nuevas capacidades diseñadas para el crecimiento del ecommerce

Las últimas innovaciones resuelven directamente los principales desafíos que enfrentan hoy los negocios de ecommerce: tiempo limitado, falta de experiencia en marketing, incertidumbre sobre el ROI y datos fragmentados en múltiples plataformas.

Convertir datos en ventas

La integración optimizada con Shopify, el Pixel de seguimiento del sitio de Mailchimp y nuevas conexiones con plataformas de reseñas como Yotpo y Judge.me recopilan en un solo lugar los datos de ecommerce y opiniones de clientes con su consentimiento. Esto permite a los especialistas en marketing crear segmentos estratégicos, como compradores de alto valor, clientes en riesgo o clientes con alta probabilidad de compra, y activar automatizaciones avanzadas sin depender de múltiples herramientas.

Identificar lo que funciona y tomar decisiones seguras. El panel de marketing omnicanal renovado integra el rendimiento de emails, SMS, automatizaciones y acciones de ecommerce en una sola vista. Así, los especialistas pueden identificar qué mensajes y recorridos generan

as de email y mensajería

Mailchimp Marketing y el

ingresos, detectar en qué momento los clientes abandonan el proceso y decidir cómo optimizar la inversión entre canales.

Migrar a Mailchimp sin perder tiempo

Las nuevas herramientas de migración y el soporte especializado para ecommerce permiten que los clientes que se mudan a Mailchimp transfieran contactos, segmentos, plantillas y flujos clave sin interrumpir la operativa diaria.

IA que convierte datos en acción

Mailchimp transforma la información en resultados concretos mediante analítica predictiva para identificar clientes de alto valor y en riesgo, herramientas de inteligencia artificial que permiten crear contenido coherente con la marca de manera rápida y plantillas reutilizables, y una integración con ChatGPT que ayuda a diseñar, perfeccionar y lanzar campañas omnicanal basadas en datos, tanto por email como por SMS y automatizaciones.

“Somos una empresa global presente en casi todos los países y ofrecemos innovaciones en ecommerce que generan ROI real”, afirmó Ciarán Quilty, vicepresidente sénior de Operaciones Internacionales de Intuit. “Brindamos a las pequeñas y medianas empresas datos conectados, automatización e IA que funcionan en conjunto. Migrar a Intuit Mailchimp no solo es la opción más sencilla hoy, sino clave para asegurar su crecimiento futuro”.



Ciarán Quilty, vicepresidente sénior de Operaciones Internacionales de Intuit.



Diana Williams, vicepresidenta de Producto de Intuit Mailchimp

CyberArk ofrece seguridad unificada para todas las identidades de la empresa: la humana, la de máquinas y la de agentes



Nikesh Arora, presidente y director ejecutivo de Palo Alto Networks.



Palo Alto Networks completa la adquisición de CyberArk para asegurar la era de la IA

Palo Alto Networks anunció la finalización de la adquisición de CyberArk, consolidando la seguridad de la identidad como un pilar fundamental de su estrategia de plataforma. La incorporación de la plataforma de seguridad de identidad CyberArk permite a Palo Alto Networks proteger todas las identidades de la empresa: humanas, de máquinas y de agentes.

La seguridad de la identidad se ha convertido en un elemento fundamental para proteger a las empresas modernas. A medida que las organizaciones escalan la nube, la automatización y la IA, la identidad se ha convertido en la principal vía de ataque, impulsada por el rápido crecimiento de las identidades humanas, de máquinas y de IA, que operan continuamente con acceso elevado.

Las identidades de máquinas superan ahora a las humanas en una proporción de más de 80 a 1, mientras que el 75% de las organizaciones reconoce que sus identidades humanas se rigen por modelos de privilegios obsoletos y excesivamente permisivos.

Los atacantes explotan cada vez más las vulnerabilidades de identidad, convirtiendo el abuso de credenciales y el exceso de privilegios en los vectores de amenaza dominantes. Casi el 90% de las organizaciones ya han sufrido una brecha de seguridad centrada en la identidad.

La adquisición de CyberArk aborda este cambio al extender los controles de seguridad de privilegios más allá de un grupo reducido de administradores a todas las identidades de la empresa. Al democratizar el acceso privilegiado a través de identidades humanas, de máquinas y de IA, las organizaciones pueden reducir los privilegios permanentes, limitar el movimiento lateral y detener los ataques basados en la identidad con mayor rapidez.

Las empresas que utilizan controles de seguridad basados en la identidad pueden acelerar la respuesta ante brechas de seguridad hasta en un 80% al evitar que los atacantes abusen de las credenciales y el acceso excesivo.

Las soluciones de seguridad de identidad de CyberArk seguirán

estando disponibles como plataforma independiente. Además, la integración está en marcha para integrar las excelentes capacidades de CyberArk en el ecosistema de seguridad de Palo Alto Networks. Los clientes actuales no experimentarán interrupciones y se beneficiarán de una hoja de ruta acelerada centrada en la resiliencia, la eficiencia operativa y la mejora de los resultados de seguridad.

Nikesh Arora, presidente y director ejecutivo de Palo Alto Networks, afirmó: “La creciente ola de agentes de IA nos exigirá proteger todas las identidades: humanas, de máquinas y de agentes. Por eso, el pasado julio anunciamos con decisión nuestra intención de adquirir CyberArk y estamos entusiasmados con el inicio de la integración de productos. Para nuestros clientes, esto significa el fin de los silos de identidad. Ahora pueden gestionar el acceso privilegiado en todo su entorno de nube híbrida desde la misma empresa en la que confían para la seguridad de la red y las operaciones de seguridad, para garantizar su seguridad en la era de la IA”.



Actualmente, la compañía tiene presencia en Colombia, México, Perú y Ecuador

Servinformación llega a Chile tras consolidarse en Perú

Servinformación anuncia oficialmente el inicio de sus operaciones en Chile. Este movimiento refuerza la estrategia de la compañía de crear un corredor tecnológico en la Región Andina, posicionándose como el socio estratégico para la rentabilidad de las grandes corporaciones locales y regionales.

Tras liderar proyectos de transformación digital en Perú, Colombia, México y Ecuador, Servinformación busca que su internacionalización aporte el 10% de sus ingresos globales. La firma proyecta un incremento del 50% en sus ventas totales para el cierre de 2026, apoyada en la alta demanda de soluciones de eficiencia financiera.

Un puente estratégico desde la Región Andina "Chile es un mercado con una sofisticación técnica que complementa perfectamente nuestra operación en Perú. No solo implementamos tecnología; venimos a democratizar la eficiencia financiera mediante la IA", afirmó Manuel Peláez, CEO de Servinformación.

"Nuestra misión es que los datos dejen de ser solo archivos y se conviertan en activos que impulsen decisiones económicas reales".

La propuesta de valor de Servinformación en Chile se aleja de la venta de software tradicional para enfocarse en la consultoría estratégica. El portafolio integrado para el mercado austral incluye:

Inteligencia Artificial Generativa (GenAI)

Optimización de procesos críticos y toma de decisio-

nes en tiempo real.

Soberanía de datos y escalabilidad

Soluciones en la nube que garantizan la seguridad y el control de la información institucional.

Con esta apertura, Servinformación no solo refuerza su presencia en la Región Andina y el Cono Sur, sino que consolida un ecosistema regional de soporte donde las mejores prácticas de Colombia, México, Perú y Ecuador se fusionan para elevar el estándar tecnológico de toda Latinoamérica.

Modernización de infraestructura

Implementación de Dev-SecOps y arquitecturas en la nube diseñadas para el retorno de inversión (ROI).

Al frente de esta expansión se encuentra Víctor Toro Tobar, nuevo Sales Di-

rector de Servinformación para Chile. Con una trayectoria galardonada en el "Presidents Club" por su excelencia operativa en el país, Toro aporta una visión experta en la optimización de inversiones tecnológicas.

"Estamos encantados de integrarnos a la dinámica comunidad empresarial chilena. Nuestro enfoque será la transparencia y la creación de soluciones de alto impacto que actúen como aliados de la rentabilidad", señaló Toro. La organización establecerá su sede principal en Santiago, enfocándose en sectores estratégicos como banca, comercio minorista, logística y gobierno.



Manuel Peláez, CEO de Servinformación.



Víctor Toro Tobar, Sales Director de Servinformación para Chile.

PRÓXIMA EDICIÓN



Suscríbete y recibe
el boletín semanal
de Canal TI



La edición digital es
semanal, todos los
lunes

Revistas.PeruRadio.net.pe